



Rapsöl täglich in der Küche

Sabine Sulzer, CMA Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH, Bonn

Die CMA führte 2008 eine Verbraucherstudie zum Verwendungsverhalten und Image von Speiseölen, insbesondere Rapsöl, durch. Kernergebnis ist, dass heute fast alle Haushalte Rapsöl kennen, 30 % mehr als noch vor vier Jahren. Auch bei der Verwendung hat Rapsöl eine enorme Steigerung erzielt. Jeder zweite Haushalt kocht inzwischen mit Rapsöl. 2002 waren es nur 15 %. Rapsöl hat sich in den vergangenen vier Jahren vom Spezialitätenöl hin zum Allroundöl entwickelt. Es ist mittlerweile in allen Lebensmittelmärkten erhältlich und wird vom Verbraucher als ernährungsphysiologisch hochwertiges Öl, welches vielseitig in der Küche einsetzbar ist, wahrgenommen.

Im Juni 2008 führte die CMA bundesweit mehr als 800 telefonische Interviews mit haushaltsführenden Frauen und Männern im Alter von 18 bis 69 Jahren durch. Das Studiendesign und der Fragenkatalog sind analog einer Studie, die die CMA im Jahr 2002 beauftragt hat, so dass sich die Ergebnisse beider Studien direkt vergleichen lassen.

Rapsöl ist bekannt, wird genutzt und gekauft

Der Bekanntheitsgrad von Rapsöl hat von 67 % im Jahr 2002 auf 97 % im Jahr 2008 zugenommen. Folglich kennen heutzutage fast alle Ver-

braucher Rapsöl. Es hat damit Pflanzen- und Distelöl in dieser Kategorie überholt und steht inzwischen an dritter Stelle nach Oliven- und Sonnenblumenöl. Bei der ungestützten Abfrage, hierbei sind keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben – die Befragten äußern sich spontan, hat sich die Bekanntheit sogar um 39 % erhöht, von 26 % 2002 auf 65 % 2008.

Auch die Verwendung von Rapsöl in den Haushalten hat enorm zugenommen. Im Jahr 2002 setzten nur 15 % der Verbraucher Rapsöl ein, heute ist es jeder zweite Haushalt (54 %). Auch hier liegt Rapsöl in der Rangliste inzwischen an dritter Stelle nach Oliven- und Sonnenblumen-

öl. Mit Pflanzen-, Distel- und Walnussöl wird im Vergleich zu 2002 weniger häufig gekocht als mit Rapsöl. Vor allem der Anteil der Verbraucher, die Rapsöl täglich in der Küche benutzen, hat von 29 % auf 45 % zugenommen. Hauptsächlich wird Rapsöl zum Braten und für Salate beziehungsweise kalte Speisen eingesetzt.

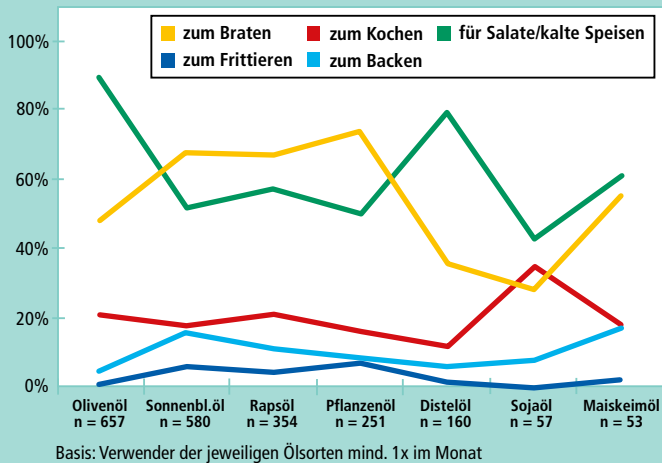
Die Kaufbereitschaft in Bezug auf Rapsöl hat sich deutlich erhöht: Zeigten 2002 gerade einmal 44 % der Haushaltsführenden ein positives Interesse, Rapsöl zu kaufen, so sind es aktuell 58 %. Auch die Kenntnisse bezüglich der Eigenschaften von Rapsöl haben erheblich zugenommen. 2002 konnten nur 38 % spontan etwas

Rapsöl

Der Anteil der Verbraucher, die Rapsöl täglich in der Küche benutzen, hat von 29% auf 45% zugenommen.

Rapsöl wird vor allem zum Braten und für Salate verwendet

Verwendungszweck – Verwender der jeweiligen Ölsorten 2008 –



zum Thema Rapsöl sagen, 2008 sind es 53%. Dabei wissen 39% der Befragten, dass Rapsöl gesund, gut verträglich und cholesterinarm ist sowie ungesättigte Fettsäuren und Omega-3-Fettsäuren enthält. 15% nennen, dass Rapsöl gut geeignet ist fürs Kochen, Braten, Backen und für Salate.

Viele gesunde Gründe sprechen für Rapsöl

Die wichtigsten Kaufkriterien für Speiseöl bei Verbrauchern, die Rapsöl bereits verwenden, gegenüber Nicht-Nutzern sind Geschmack, Herstellungsart, gesundheitliche Eigenschaften und Herkunftsland. Diese Gruppe legt bei der Beschreibung ihres idealen Öls vor allem Wert auf Qualitätsmerkmale, wie „kein Mischprodukt“, „kaltgepresst“ usw. und auf Ernährungsaspekte, wie „enthält wichtige Vitamine, ungesättigte Fettsäuren, Omega-3-Fettsäuren“ etc. Verbraucher, die mit Rapsöl nicht kochen, sind mit ihrem bisherigen Öl zufrieden oder wechseln das Öl aus Gewohnheit nicht.

Rapsöl wird von den Haushaltsführenden vor allem als Öl aus Deutschland (93%) und Öl aus einer Pflanze (88%) wahrgenommen. Es gilt als geeignet für Salate und kalte Speisen (75%), vielseitig verwendbar (73%) und es



weist ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis auf (70%). Rapsöl-Verwender weisen im Gegensatz zu den Nicht-Verwendern eine deutlich positivere Bewertung von Rapsöl auf, sowohl bezüglich der Anwendung als auch der ernährungsphysiologischen Eigenschaften. Insgesamt hat sich das Image von Rapsöl seit 2002 in vielen Dimensionen deutlich verbessert, vor allem in: „überall erhältlich“, „enthält Omega-3-Fettsäuren“, „gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“ und „vielseitig verwendbar“.

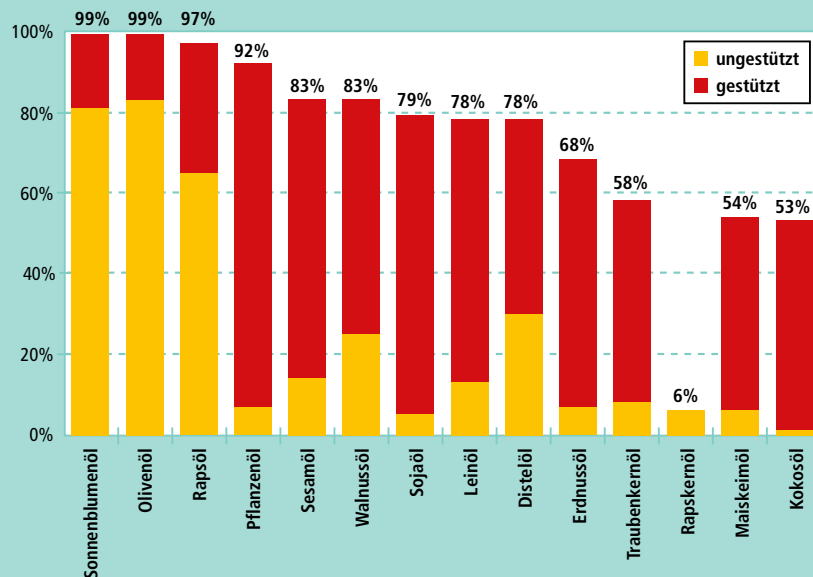
Kein Nischenöl mehr

Im Vergleich zu den konkurrierenden Ölen, vor allem Oliven- und Sonnenblumenöl, positionierte sich Rapsöl 2002 noch als Nischenprodukt beziehungsweise ein alltagsfernes Spe-

zialitätenöl mit geringem Verwendungsgrad. Aktuell positioniert sich Rapsöl „zwischen“ Sonnenblumenöl und Olivenöl, gilt also als Allroundöl, welches vielseitig verwendbar ist bei gleichzeitig hoher Qualität und positive Auswirkungen auf die Gesundheit hat. Olivenöl stellt sich im Gegensatz dazu als qualitativ hochwertiges, gesundes Öl mit optimaler Fettsäurezusammensetzung und angenehmem Geschmack dar, das starke Beachtung findet. Sonnenblumenöl gilt als preiswertes Öl, das hoch erhitzbar und geschmacksneutral ist.

Die technische Verwendung von Rapsöl hat kaum Auswirkung auf den Verzehr als Lebensmittel. Nur 10% der Verbraucher lehnen es ab, Öl zu verzehren, welches auch zu Biodiesel verarbeitet werden kann. 76% sagen, dass sie

Rapsöl an dritter Stelle der Bekanntheit



Basis: n = 801 Haushaltsführende

trotzdem Rapsöl kaufen, da es ein hochwertiges und gesundes Speiseöl ist, obwohl es auch im technischen Bereich Verwendung findet. 56 % stört es nicht, einen Rohstoff zu verzehren, aus dem auch Biodiesel produziert wird, wenn er von Ernährungsfachleuten offiziell empfohlen wird.

Nicht nur die Ergebnisse der Verbraucherbefragung belegen den Erfolg von Rapsspeiseöl, sondern auch die Zahlen aus dem GfK-Haushaltspanel*. Deklariertes Rapsöl hat derzeit einen

mengenmäßigen Marktanteil von 11,5 % erreicht, wertmäßig von 14,4 % (3. Quartal 2008). 2002 waren dies noch 3,6 % (Menge) und 5,1 % (Wert). Durch vielfältige Kommunikationsmaßnahmen ist Rapsöl inzwischen beim Endverbraucher als ernährungsphysiologisch wertvolles und vielseitig verwendbares Öl bekannt. Es wird außerdem als heimisches Produkt, welches heute überall zu kaufen ist, wahrgenommen. Die CMA begann Mitte der neunziger Jahre mit Absatzförderungsmaßnahmen für Raps-

speiseöl. Zunächst lag der Schwerpunkt auf der Produkteinführung von deklariertem Rapsspeiseöl in den Lebensmitteleinzelhandel und auf der Bekanntmachung von Rapsspeiseöl bei Endverbrauchern. Ab 2003 wurde Rapsöl bei Verantwortlichen in der Ernährungsindustrie als Zutat mit gesundheitlichem Nutzen bekannt gemacht. Dafür wurde das Rapsölsiegel entwickelt. Seit 2006 führte die CMA mit zusätzlicher finanzieller Unterstützung der Europäischen Union eine Absatzförderungskampagne für Rapsöl durch. Elemente waren Großflächenplakatierungen im Umfeld des Lebensmitteleinzelhandels, Verkostungsaktionen in den Märkten, umfassende PR-Arbeit sowie ein separater Internetauftritt www.wir-sind-auf-oel-gestossen.de. Die öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen der CMA zu Rapsspeiseöl haben dazu beigetragen, dass Rapsöl heute im Speiseölregal nicht mehr wegzudenken ist und eine hohe Wertschätzung beim Verbraucher genießt.



Sabine Sulzer

Fon 02 28/84 72 97

Fax 02 28/84 72 02

sabine.sulzer@cma.de



Hauptsächlich wird Rapsöl zum Braten und für Salate beziehungsweise kalte Speisen eingesetzt.

* Basis: 20.000 Haushalte werden regelmäßig von der GfK zu ihrem Konsumverhalten befragt